

日本に卸売商業政策はなかったか

石 原 武 政

I 問題の所在

流通政策の中で、小売業を対象とする政策が豊富に存在するのに対して、卸売業を対象とする政策は極めて少ない。歴代の政策担当者も、卸売業に対しては政策ツールを模索しながら、必ずしも有効な施策を打ち出しえなかったとの思いがあるのかもしれない。「日本には見るべき卸売政策は存在しなかった」という評価が一般的に語られるのも理由のないことではない。

日本における卸売業に関する最初の「ビジョン」とされる『卸売活動の現状と展望』（1977年）はこの点について、主に次の3点を指摘している。第1に、「卸売業者」の中には独立の卸売業だけではなく、メーカーの販売会社や小売業の共同仕入機構など、多様な範囲を含んでいるため、「それらを一律に覆うことのできる政策の枠組みや、それらに普遍的に妥当する卸売経営上の対応策の体系などは、容易にこれを見出し難い。」第2に卸売機能に特化した純粋な卸売業のほかに各種の事業体がさまざまな卸売機能の一部を営んでいるため、「卸売業者そのものを対象とする施策」か「卸売機能を対象とする施策」かの明確な区別が困難である。第3に卸売機能の重点が、それぞれの業種や時代によって変わりやすいため、業種を横に貫く卸売政策一般、卸売業者ビジョン一般を樹立することは困難である。こうした点は、日本に特有のことではなく諸外国にも共通し、したがって欧米諸国においても「卸売業施策なるものは、過去においても存在せず、また将来に関しても、

とくに配慮していない」とも指摘している¹⁾。

しかし、もちろん例外はある。卸売商業団地政策である²⁾。同政策は、正式には「中小企業卸売業店舗集団化助成事業」と呼ばれ、1963（昭和38）年に、「中小企業近代化資金助成法」（1961年）の大幅な改正によって高度化事業が流通業にも適用されるかたちで出発した。その経緯については改めて確認するが、これが卸売業を対象としたほとんど唯一の流通政策であったというわけである。

卸売業にかかわるという点からすれば、ボランタリー・チェーンを代表とする連鎖化事業も存在する。ボランタリー・チェーンは日本では小売主宰の小売共同チェーン（retail cooperatives）も含むのが一般的であるが、外国では卸売商主宰に限定するのがむしろ通例である。その意味で、同事業が卸売業と無関係であるはずは当然ない。しかし、同事業が「中小小売商業振興法」（1973年）の中に位置づけられたことから理解できるとおり、それは小売商の集団化を意図したものであったということができる³⁾。

しかし、ではそれ以外に卸売商業政策が本当になかったのかといえば決してそうではない。小売業の場合には、百貨店法、小売商業調整特別措置法、大規模小売店舗法などの調整政策が1つの柱を占め、それが長年にわたって多くの注目を集めてきた。調整政策が日本の流通政策の中で占めてきた位置づけは極めて大きい。実際、流通政策に関する書物は例外なく大店法などの調整政策に多くの紙数を割いてきた。しかし、それに匹敵するような調整政策が卸売業の場合には存在しなかったのである。

では、流通政策のもう1つの柱とされる振興政策についてはどうか⁴⁾。上

-
- 1) 通商産業省産業政策局編『卸売活動の現状と展望』日本繊維新聞社、1977年、9-10頁。
 - 2) 卸売商業団地政策について、詳しくは、卸売団連10年史編纂委員会編『商団連十年史』1977年を参照のこと。あわせて、加藤司「卸売商業政策—集団化・組織化の論理とその限界—」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年を参照のこと。
 - 3) 政策担当者から見たボランタリー・チェーンについては、林信太郎・柴田章平『産業政策立案者の体験記録』国際商業出版、2008年、31-45頁、84-92頁を参照のこと。
 - 4) 流通政策を振興政策と調整政策という二本柱として理解する考え方は、久保村隆祐・田島義博・森宏『流通政策』中央経済社、1982年以来、通説的な理解となっている。

にあげた卸売商業団地は間違いなくこの振興政策であり、物理的な空間と施設の移動・新設を促したものであるが、それ以外に目立った政策が見られないのは事実である。もちろんそれにはそれなりの理由がある。振興政策は基本的には経営の合理化・近代化と集団化・組織化から構成されるが、中心となるのはもちろん後者である。前者は企業経営そのものに直接かかわるだけに、啓発・助言や融資制度など、一般的な施策が中心となる。

後者の集団化の場合には、小売業の場合もそうであったが、その実をあげるためにはメンバーのある程度と同質性が前提となる。メンバーの異質性の高い組織では、共同事業で成果をあげることは極めて難しい⁵⁾。ところが、卸売業の場合には、業種、規模、業容などあらゆる面で多様性が極めて大きい。実際、卸売業は貿易取引に従事する商社をはじめ、産業財と消費財の両部門において活動するのに加えて、一次卸、二次卸、三次卸と呼ばれるような段階に分かれるだけでなく、現金問屋や物流特化型、情報特化型など機能面で特化することも少なくない。極端な場合には、小さな部屋に電話1本で事業が可能だといわれることさえある。業種もまた小売業に比べてはるかに細分化された商品構成で成り立つ。そのため、卸売業の場合には小売商に比べてはるかに異質性が高く、全体を「一元的に捉えることがなかなか難しい」⁶⁾という現実があり、それがある程度と同質性を前提とする組織化政策を困難にしたことは、上のビジョンが指摘したとおりである。

しかし、流通機構全体の効率性を左右するのは、基本的には卸売業であると言っても過言ではない。卸売業のありようが小売業によって規定されると

5) 松井辰之助はこの困難を「六尺の男と三尺の男が二人三脚をして走るような状態」と譬えた。戦後の事業協同組合はこの点を解消するために4人以上の事業者での組合結成を可能にしたが、戦前からの組織を引き継いだ多くの組合は、再びこの困難を背負ってしまった(松井辰之助「商業組合に自己批判と再整備」『商業組合』第5巻第12号、1939年、同「小売業の組織化原理と方法」山中篤太郎編『中小企業の合理化・組織化』有斐閣、1958年)。あわせて、石原武政「中小小売業—過小・過多構造の動態—」石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣、2004年を参照のこと。

6) 西村順二『卸売流通動態論—中間流通における仕入と販売の取引連動性—』千倉書房、2009年、1頁。

しても、卸売業の近代化なくして流通の近代化はありえない。とすれば、戦後、流通近代化を大きな柱として掲げた流通政策が卸売業に無関心でありえたはずはないのである。そこでは、小売業の場合とは異なったかたちの政策があったのではないか。本稿ではそのような仮説のもとに、政府（通商産業省、現経済産業省）の卸売業に対するかかわりを振り返りたい。そうすることを通して、流通政策のもう1つの姿を浮き彫りにしたいと考えている。

II 初期の流通近代化政策

2-1 流通問題への関心

第二次世界大戦後の経済政策が、製造業の復興に力を注いだのは当然のことであった。戦時経済下にあって壊滅的に破壊された民生生産部門を立て直すことは経済復興の最重要課題であった。そのため、傾斜生産方式が導入され、基幹産業への重点支援が行われた。そうした状況下にあっては、流通の政策上の優先順位は高くはなかった。実際の流通は、戦時下にあって不要不急の産業として整理統合が行われており、1944（昭和19）年2月時点では、1930（昭和5）年に比して商業全体の従業者数は半減し、特に男子に限っては3分の1にまで減少していた⁷⁾。それでも、産業復興こそが最重要課題であることに疑いはなかった。

むしろ、そうした中で、流通分野には多くの労働力が流れ込んだ。終戦直後に全国的なひろがりを見せた闇市はやがて正常化の道をたどるが、他に就業機会のない人びとの多くは流通の分野に生活の糧を求めた。農村部では農業を中心とする第一次産業が就業機会を提供したが、都市部では小売業をはじめとする流通業がほとんど唯一の可能な就業機会であった。もちろん、商売を始めるためには元手は必要である。しかし、わずかな元手を準備できれば、特段の知識や技能の必要もなく、商売を開始することはできた。流通業はまだシステム化されない未成熟な分野であり、経験を通して知識や技能を

7) アメリカ合衆国戦略爆撃調査団『日本戦争経済の崩壊—戦略爆撃の日本戦争経済に及ぼせる諸効果—』（正木千冬訳、日本評論社、1950年）171頁。

身につけることが十分に可能であった。そしてそれが、高度成長が始まる1960（昭和35）年には「過剰就業」と言われるような状態をつくり出していたのであった⁸⁾。

こうした流通分野に政策の目が向けられるようになるのは、1964（昭和39）年であった。同年4月、すでに1949（昭和24）年に設置されていた産業合理化審議会が産業構造審議会に改組されるが、その下におかれた流通部会に対して、通商産業大臣が「流通機構の近代化のために、いかなる対策が必要か」との諮問を行った。『経済白書』が1956（昭和31）年に「もはや『戦後』ではない」と謳い上げてから8年、消費財産業でも本格的な大量生産体制が確立し、日本経済は確実に高度成長期にさしかかっていた。

しかし、高度経済成長は反面では激しい物価騰貴を伴っており、それは重要な政治的課題ともなっていた。1962（昭和37）年には林周二『流通革命』と田島義博『日本の流通革命』が相次いで出版され、流通過程にもようやく大きな変革が訪れようとしていることが印象づけられた⁹⁾。しかし、それでも、1953（昭和28）年に導入された再販売価格維持制度が、例えば化粧品業界では契約を締結すべき取引相手さえ特定できないといった状況の中で実際の採用が遅れ、再販実施が一般的となるのが1965（昭和40）年以降になる¹⁰⁾という事態が、流通機構の複雑さを物語っていた。生産部門での効率化にもかかわらず、流通部門での非効率が物価上昇の原因となるという「物価高流通責任論」は一般的に受け入れられたし、「生産性格差インフレ論」¹¹⁾も基本

8) 風呂勉「商業における過剰就業と雇用需要の特性」『商大論集』通巻37・38・39号、1960年を参照のこと。

9) 林周二『流通革命』中公新書、1962年、田島義博『日本の流通革命』マネジメント新書、1962年。

10) 中村富士郎『再販売価格維持の理論と実務』商事法務研究会、1972年、119頁。再販契約が1965年から急増する点については、公正取引委員会事務局編『再販制度』大蔵省印刷局、1971年を参照のこと。

11) 高須賀義博「現代日本の価格体系」『フェビアン研究』第12巻第10号、1961年、同『現代日本の物価問題』新評論、1972年所収。この仮説を支持するかどうかは別として、流通が物価騰貴の原因だという見解は一般的であり、1965（昭和40）年度の『経済白書』もまた流通組織の合理化が物価対策の重要な柱であると指摘していた（60-63頁）。』

的にはそれを支持していた。その中で、流通革命の旗手としての新興スーパーは「メーカーからの価格決定権の奪取」を掲げて挑戦を開始していた¹²⁾。その結果、いやでも流通に対する関心は高まっていったのである。

2-2 流通近代化政策

産業構造審議会流通部会は、上の諮問を受けて意欲的に審議を重ね、その途中の成果を次々と「中間報告」の形で公表していった。初期の「中間報告」のタイトルは次の通りであった¹³⁾。

1964（昭和39）年12月 流通機構の現状と問題点（第1回中間報告）

1965（昭和40）年4月 流通政策の基本方向（第2回中間報告）

9月 小売商のチェーン化について（第3回中間報告）

12月 卸総合センターについて（第4回中間報告）

1966（昭和41）年10月 物的流通の改善について（第5回中間報告の1）

10月 流通金融の改善について（第5回中間報告の2）

このほとんどは10～20頁という簡潔な内容のものであるが、それがカバーする問題は広く流通問題全般にわたっていたことが分かる。その内容の詳細に立ち入ることはできないが、当面の問題としていえば、第4回中間報告で卸総合センターが取り上げられ、第5回中間報告では物流問題と金融問題が取り上げられていたことが確認できる。

このうち、卸総合センターは既成市街地の中に存在する伝統的な卸売商業集積のもつ問題点を一気に解決しようとする意図をもつものであった。すな

12) 中内功『わが安売り哲学』日本経済新聞社、1969年（新装版、千倉書房、2007年）。あわせて、中内潤・御厨貴編著『生涯を流通革命に捧げた男 中内功』千倉書房、2009年を参照のこと。

13) これらの中間報告は、1968年11月と1973年3月に『産業構造審議会流通部会中間報告集』として合本され、68年版には第1回から第6回まで、73年版には第1回から第7回までの報告が収録されている。

わち、大都市の中心部に存在する卸売商業集積はほとんどが木造2階建て程度の低層建築物であり、戦災を逃れたところでは老朽化が進んでいたし、戦後に「復興」したところでも粗末な建物が密集市街地を形成していた。経済の発展は商取引を拡大させるが、その要となる卸売業が交通混雑に巻き込まれ、効率的な取引を阻害していた。さらに、経済発展に伴う地価の高騰は土地の高度利用への圧力を高めていた。

この間の事情を、第4回中間報告は次のように述べている¹⁴⁾。

最近における市街地の過密化、道路事情の悪化等外部経済の諸条件はますます悪化しており、企業内部が如何に近代化され、合理化されても、外部経済条件との関連で企業規模を拡大すればするほど、輸送、保管等の関連経費が増大する弊を生じている。

近年わが国における都市の巨大化にともない、交通事情は悪化するなど都市機能の麻痺状態は著しい。しかるに既成の間屋街は、都心部の一点に集中し、かつ平面的に存しており、ために都市機能の麻痺傾向に拍車をかけている状況にあり、これを多点的に分散せしめ、麻痺傾向を緩和する必要がある。／…卸商の多点分散にあたっては、単なる地方移転という形ではなく、卸商の業種の実態に応じ、副都心の高層化等の内部再開発により、あるいは都市周辺部における団地化等の周辺開発により、都市計画との整合性を保持しつつ、都市機能の再開発に資するものであるべきである。

都市部の卸売商業集積は、都市機能や交通面での問題が直接的ではあったが、同時にそれが合理化・近代化を阻害し、物価上昇を引き起こす要因とも見なされたのであった。これらの問題を解決するためには、卸売業を郊外に集約移転させるとともに、大規模化を図る必要があると考えられた。そして、

14) 産業構造審議会流通部会『卸総合センターについて（第4回中間答申）』1973年合本版、58-59頁。

それが、冒頭でも指摘したとおり、卸商団地の建設支援として現実化することになる¹⁵⁾。

物流や金融はそれ自身としては卸売業問題と銘打ったわけではないが、明らかに流通における取引過程を円滑にする上で必須の問題であり、その中心に卸売業が存在することは明らかであった。特に、物流については、それまで物流そのものを総合的に捉える政策が存在しなかったことを指摘し、長期ビジョンに基づいて、物流関係の社会資本の整備を進める必要性を強調した。具体的な問題としては、一貫パレチゼーションの重要性を指摘し、パレット・プール制の推進を提唱するとともに、包装の適正化（包装寸法、包装強度、包装作業の標準化等）を訴えた。

金融についても、民間金融機関が流通近代化を推進するという政策目的に沿えるような条件づくりが必要だとして、信用補完制度の充実、標準的な財務基準、手形条件の設定と誘導、商業手形の信用調査及び情報交換体制の強化、商業者受取手形の日銀再割適格化などを指摘した。あわせて、家電品を中心とする耐久消費財の普及にあわせて、消費者に対する割賦販売の円滑化に向けた体制整備の必要性も指摘している。

こうした一連の中間報告を受けて、1968（昭和43）年8月に、第6回中間報告として『流通近代化の課題と展望』が提出される。この報告には「産業構造審議会中間答申」という副題が付されたことから、これがそれまでの中間報告を総括したものであることがうかがえる。まさに「流通近代化政策を完成させた」と評価されるゆえんである¹⁶⁾。ここでは、政策課題として特に卸売業と小売業に区分した記述は見られないが、流通をめぐる今後の課題として、①流通機能担当者の強化と近代化、②市場条件の整備、③物的流通

15) ここでは詳述しないが、こうした卸売商業集積の問題は大都市で特に深刻であった。そして、それが運輸省が別途構想していた公共トラックターミナル構想と合流して、1966（昭和41）年に「流通業務市街地整備に関する法律」が制定された。この間の経緯については、中田信哉「物流政策」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年を参照のこと。

16) 三村優美子「商業近代化政策」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年、95頁。

の合理化、④そのための環境の整備の4点をあげるとともに、今後5年間に
おける流通政策の具体的内容として、①組織化、協業化、②経営方式および
施設の近代化、③労働力の確保と人材の養成、④取引慣行および取引体制の
適正化、⑤物的流通技術の革新等、⑥立地条件の適正化、⑦流通情報網の形
成と統計の改善、⑧流通金融の円滑化を指摘した。ここにおいて、卸売業の
問題が小売業の問題に劣らず強く意識されていたことは間違いなかった。

2-3 商業近代化地域計画

経済の成長に伴って都市が急速に拡大する。となれば、その拡大する都市
をどのように構想し、設計するのが重要な課題となる。この点では、1968
(昭和43)年に制定された都市計画法が基本的な枠組みを設定することが期
待されてしかるべきであった。実際、都市計画法を所管した建設省では、商
業立地をこの法律によって誘導・配置したいという思いがあったと伝えられ
ている。しかし、それに対して通産省が抵抗を示し、結果的にそれは実現し
なかったといわれている¹⁷⁾。

それを補うように導入されたのが1970(昭和45)年度に始まる「商業近代
化地域計画」であった。これは通産省(中小企業庁)から日本商工会議所へ
の委託事業であったが、その前年の1969(昭和44)年に決定された新全国綜
合開発計画に比べながら、都市計画との整合性をはかる地域商業の計画を策
定しようというものであった。この制度にもとづいて、1990年度までの21年
間にわたり、全国241都市で計画策定がおこなわれた¹⁸⁾。

17) この点についての建設省側の証言は、養原敬ほか『街は要る！—中心市街地活性化とは何か—』学芸出版社、2000年、34-35頁参照。他方、通産省側の証言としては、松島茂が次のように語っている。「大規模商業者と中小小売商業者との調整がつけば、大規模小売店舗がどこに立地するかは問題としなかった。この考え方の背後には、百貨店、スーパーマーケットなどの新しい流通業態が流通近代化に資する側面があることを認識し、中小小売業との摩擦を回避する以外の目的でその活動を抑制するべきではないという考え方が潜んでいたとも解釈することができる。」(松島茂「中小小売商業政策・中心市街地政策をどう読むか」日本建築学会編『中心市街地活性化とまちづくり会社』まちづくり教科書第9巻、丸善、2005年、39頁。

18) この点については、松島茂「地域商業振興とまちづくり三法」石原武政・加藤司編

折から、小売業の世界では新興のスーパーが業態としての成長期に入り、既存の商店街から新たな立地場所を模索していた。その結果、この近代化計画の重点はだんだんと小売業の分野に移行し、それが大きく注目されるようになるが、少なくともその計画当初にはこの近代化地域計画は卸売業の適正配置をも射程内に置くものであった。

実際、この地域計画の初年度の報告書¹⁹⁾では、後半部分に「商業近代化地域計画策定の前提となる商業、商業環境等の展望、問題点、近代化の方向」というパートが置かれている。そこでは、70年代の商業の展望、都市の成長と商業および商業環境の変化が記述された後、「商業近代化の現状と問題点」が分析されている。卸売商業はそこでの重要な問題であり、「卸売機能担当者としての問屋が、諸外国に例を見ないほど発達している」反面で、「過剰分業にもとづく過剰性や零細性」が見られると指摘している。同時に、卸売業は地域経済との密接な関係のうえになる「土着性」をもち、過剰労働力と低賃金を背景とした労働集約性を活動上の特性をして指摘している。

しかし、全国的な中心都市、特に東京と大阪への集中化の傾向が高まり、中間卸や最終卸の排除による経路の短縮化傾向が始まっていることも指摘している。その背後には労働力需給の悪化と賃金の上昇が労働節約化やシステム化を志向させたことによるが、流通近代化政策が果たした役割も大きいことが指摘されている。

さらに、卸売商業が環境変化に適応していくことの必要性を指摘しつつ、その条件を満たす事業者は「結果的に全国中心都市や地域中心都市の大規模卸売業者が多」く、その他の都市の小規模な卸売業者は「不適応階層化」する可能性が高いことを確認し、この層を適応階層化するように誘導するためには、①的確な情報の提供、②適応状態における卸売経営の姿に関する明確なビジョンの呈示、③集団を誘導するための機構なり組織なりの整備、④この機構・組織を動かしてゆく指導者及びスタッフの育成に配慮する必要がある

『日本の流通政策』中央経済社、2009年を参照のこと。

19) 日本商工会議所商業近代化委員会『商業近代化地域計画報告書（総論）』1971年。

ると指摘している²⁰⁾。さらに、「商店集団の現況と課題」の中でも、卸問屋街、卸売市場、卸商業団地、卸総合センターについて記述している。

もちろん、この報告書は直接的には日本商工会議所の委員会の手になるものである。しかし、商業近代化地域計画そのものは中小企業庁の委託事業として行われているものであり、その当初には卸売業に対する関心が極めて高かったことは間違いない。それにもかかわらず、後に商業近代化地域計画といえほとんど小売業の計画のように受け止められるようになる1つの原因は、この計画を策定した多くの都市が地方都市で、そこではもともと大きな卸売業の集積が存在せず、また報告書が指摘したように、零細卸売業はより上位の都市の卸売業に吸収されていくことになったからであると思われる。

他方、小売業の分野では、都市が拡大し、鉄道を中心とした都市の連結が強まる中で、国鉄（現JR）の駅前周辺の再整備が課題となり、ここに新興のスーパーを中心とした商店街整備が進められることになった。駅前にロータリーを設置して自動車でのアクセスを可能にすると同時に、新興のスーパーを核とした片側アーケードの商店街を整備するといった事業が各地で実施され、都市の変化を現実のものとして具体化した。先にも指摘したように、1970年といえ物価問題が深刻であったが、その中で小売業における流通近代化の必要性をスーパーが強烈に語りかけたといつてよい。それだけに、小売業をめぐる問題は余計に強く印象づけられることになったのではあるが、その間、卸売業の問題が等閑視されたわけでは決してなかった²¹⁾。

2-4 流通システム化政策

流通業務を近代化し、合理化を図るためには、個々の流通機能担当者の経

20) 同上、119-121頁。

21) 商業近代化地域計画はアーケード、カラー舗装に代表されるハード整備に重点が置かれたという評価が一般的であるが、それは同時に中小小売業者の目をはじめて地域に向けさせる役割を果たしたことは間違いない。この点については、石原武政・石井淳蔵『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社、1992年、松島茂「地域商業振興とまちづくり三法」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年を参照のこと。

営の近代化が欠かせない。その経営の合理化・近代化といえば、当初は正確な記帳や経営と家計の分離などがあげられていたが、この頃になるとコンピュータの利用の必要性が強調されるようになる。コンピュータの活用は単に個店の経営を変えるというよりも、取引関係そのものを標準化することを意味していた。こうした視角からの取組みは「流通システム化」と呼ばれた。流通システム化の必要性を訴えたのは、第7回の中間報告『流通システム化へのみち』（1971年）であった。

当時の一般的な取引関係といえば、電話での問い合わせ・発注がほとんどで、その内容も極めて個別的であった。継続的な取引関係は担当者間の暗黙の了解事項を積み重ね、したがって例えば「いつもの通り」とか、「この前と同じ」といった発注が行われていた。こうしたやりとりは「取引の反復による定型化」で交渉過程を簡素化する「合理的」方法であるともいえるが、しかしその反面で取引先の変更を極めて困難にする要因でもあった。取引条件にしても、担当者間での「交渉」の余地は大きく、取引相手ごとのばらつきも大きかった。商品コードや取引先コードも整備されておらず、卸売業は百貨店などの大手小売業が独自に作成したコードに個別的に対応するしかなかった。

こうした状況を背景に、上の中間報告はシステム化の基本構造を①経営管理、②取引管理、③物的流通管理、④金融・財務管理、⑤トータル・システムの5つから構成されるものとし、それらを十分に機能させるためには、多くの面での標準化が必要であるが、特に次の3点が重要であると指摘した。すなわち、①商品コードあるいは取引コードの統一、②各種帳票類の規格化、③商品の荷姿の規格化である。

この報告を受けて、1970（昭和45）年には「流通システム化推進会議」が設置され、1971（昭和46）年7月には『流通システム化基本方針』がとりまとめられた。その内容は極めて多岐にわたっているが、受発注や在庫管理にコンピュータを活用することを前提に、取引条件の標準化や情報ネットワークの整備、物流システムの構築、各種の規格化の推進が強調された。要する

に、それまでの流通活動はいわば「人海戦術」によって展開されてきたのだが、人件費の高騰とともにそれは物価上昇の最大の原因と見なされるようになり、コンピュータを最大限に活用して省力化を徹底させる必要があるというのが基本的認識であった。この時点ではまだ、コンピュータの威力が十分に理解されていたわけではないが、それでもそこに大きな可能性があることを見だし、その実現に向けて大きく舵を切ったのは間違いなく国の政策だったのである。

この流通システム化の推進に当たっては、1972（昭和47）年に設立された「財団法人流通システム開発センター」が果たした役割は極めて大きい。同センターの設立に際して、主要34産業団体から2.4億円の寄付金が集められたのに対して、通産省が日本自転車振興基金から8億円の基金を拠出したことから、通産省のこの事業にける意気込みを伺うことができる。流通システム化の先にどのような未来像が開けるのかはもとより不明であったが、そこにしか未来はないという強い思いがあったといっていよい。

各種の標準化については、1974（昭和49）年の百貨店協会による「百貨店統一伝票」と「取引先コードの標準化」の動きを受けて、通産省は1975（昭和50）年に「チェーンストア統一伝票」を、また1977（昭和52）年には「問屋統一伝票」を制定した。取引先コードは1977（昭和52）年以降、流通システム開発センターに引き継がれ、小売業全体の共通コードとして利用されることとなった。さらに、1978（昭和53）年には共通商品コードとしての JAN（Japanese Article Number）コードが制定された。また、1980（昭和55）年には日本チェーンストア協会が会員企業と取引先との受発注データのための伝送手順を「JCA 手順」として標準化するが、それを受けて通産省は1982（昭和57）年に流通業界全体に共通する伝送手順として「J 手順」を定めた。

これらの標準化は、どちらかといえば一部の業界で進められたコードや手順を通産省が全分野共通のものとして認定するという性格のものであったが、それが果たした役割はもちろん大きい。しかし、システム化という点では通産省はこうした追認型に終始したわけでは決してなかった。とりわけ、

後の取引関係において決定的に重要な役割を果たす POS システムについて通産省が果たした役割は決定的に大きい。

1978（昭和53）年の JAN コードをバーコードに表示するシンボルが JIS 規格として制定されることによって POS の導入が可能になるが、当初は作業上のミスの低減や労力の軽減といったハードメリットは理解されても、それを活用することから得られるソフトメリットについてはほとんど理解を得ることはできなかった。POS の店頭実験が始まった後も、黒の縦縞で表示されるシンボルは商品のデザインを害するとしてメーカーの理解は容易には得られなかった。メーカーがバーコードを付与するソースマーキングのほかに、納入業者が付与するベンダーマーキング、小売商が付与するインストアマーキングといった言葉の存在が表現するように、誰がそれを付与するかが大きな問題だったのである。そのことは、メーカーや納入業者にとって、バーコード付与のメリットが理解されていなかったことの証左であった²²⁾。

バーコードと POS システムは、1982（昭和57）年にセブン-イレブンが、そして1985（昭和60）年にイトーヨーカ堂が全店に POS を導入することによってようやく流通業の中に拡がるが、通産省はその間、一貫してこの POS の普及を支え続けた²³⁾。その後のソフトメリットの開発と理解は、流通システム開発センターによる JAN アイテムコードのデータベース化（JAN Item Code File: JICF）や商品コード情報データベース（JAN Item Code File Service: JICFS）に負うところが大きいですが、通産省はこれらを一貫して支援したのであった。

22) この点については、『財団法人流通システム開発センター25年史』（財団法人流通システム開発センター、1997年）、および橋本健午『バーコードへの挑戦—浅野恭右とその時代—』日本経済評論社、1998年を参照のこと。

23) 1976（昭和51）年当時、共通コードへの業界の足並みが揃わないことに業を煮やした通産省のある官僚は、「流通近代化の決め手は、もはや POS を核とした流通システム化以外にはない。議論が百出し、何事も決められないでいる現状では、たとえ、性急すぎるといわれても、リーダーシップをとって、進むべき道を示していく以外にはない」と語った。この段階ではまだ、通産省の先走り、勇み足とする非難が多く聞かれていた（『日経流通新聞』1976年9月9日）。

確かに、これらは卸売業を固有の対象とする政策とは言い難い。しかし、卸売業と小売業を別個に切り取るところに意味があるのではなく、全体としての流通の合理化を図り、流通費用を削減することこそが目的であった。そして、このシステム化によって取引関係は大きく変化し、卸売業もまた近代化へのみちを促されることになった。その意味では、この流通システム化が果たした役割は、卸売商業政策としてみた場合でも、極めて大きいというべきであろう。

Ⅲ 流通環境の変化の中での卸売業政策

3-1 近代化・システム化による卸売段階の整序化

1960年代以降の流通政策の1つの大きな柱は、間違いなく流通近代化、流通システム化に置かれていた。しかし、流通問題は政策上の問題であっただけでなく、この間に本格的な大量生産体制を確立し、大量の市場創出に迫られたメーカーにとっても、流通体制の整備は必須であった。錯綜した流通段階の中での在庫の持ち合いや仲間取引によって在庫調整を行うといった従来型の需給調整では、拡大する生産量に対して販路を見いだすことはできなかった。先にも紹介したが、化粧品業界で再販契約を結ぼうにも、誰と結べばいいのかさえ分からないような状況から脱出することは、メーカーにとっても焦眉の課題であった。そのことは、1960年代の流通革命が、大きくは小売業におけるスーパーに代表される大規模小売業の成長のほかに、もう1つメーカーによる流通経路の再編として現われたことから明らかであった。

実際、多くの産業でメーカーは1950年代の後半頃から流通経路の再編成に取りかかるのであり、その結果、ほぼ1960年代の後半期になって一応の流通経路の整備を終えることになる。先にも指摘したように、その結果として、化粧品や医薬品の分野で、この頃から再販契約が急増するのであった。もとより、流通経路における取引関係は絶えず変化し、新たな関係を求めていく。したがって、この時点で再編が「終了」したなどとは決していえないが、少なくとも自社製品がどのような業者を通して、どれだけ販売されているかを、

メーカーが掌握できるようになったことはほとんど間違いない²⁴⁾。

いうまでもなく、「錯綜した流通段階」の「錯綜」は卸売段階において発生する。小売業は主として最終消費者に販売するものとして定義され、それ以外のすべての商業者が卸売業と定義される。そうなれば、商業論の定説に従って、生産段階と小売段階がそれぞれ小規模分散的であればあるほど、流通段階は多段階化するとしても、その多段階性はすべて卸売段階において象徴的に現れることになる。

しかも、生産段階が小規模分散的である場合には、商品の全国流通を媒介しうるのは卸売商業においてほかにはなく、彼らは特に「問屋」の名で呼ばれた。「そうは問屋が卸さない」という言葉が生まれたほど、問屋は流通過程の中で力を蓄え、流通を実質的に支配したのであった。しかし、その流通は問屋支配の下での整然とした流通であったとはいえない。多段階にわたる取引はしばしば「過剰分業」を生み、それが在庫不安を抱える業者を生み、「金融もの」と称される在庫処分をめぐる「不正規流通」にも近い取引を生み出していた。そうした不安定な状況の下ではかえってそれを利用したビジネスチャンスが生まれるが、その結果が「仲間取引」であった。仲間取引は取引関係の錯綜を象徴する反面で、こうした錯綜する取引関係の中でのリスクの分散をはかる仕組みとしても機能した。

そうした流通をメーカー主導のより透明性の高い流通へと再編するのが、メーカー主導の川上からの流通革命であった。したがって、それは「問屋支配」を解体し、メーカーの主導権を確立しようとする取組みでもあった。林周二が1962（昭和37）年に、「そうは問屋が卸さない」ではなく、いまや

24) この間の事情は、例えば、池田敦「加工食品流通—チャンネル編成様式の歴史的変遷—」、小原博「化粧品・医薬品流通—チャンネル支配・再編の形成—」、崔相鐵「家電流通—家電メーカーと家電商人の対立と協調—」、木下明浩「衣料品流通—コモディティからブランドへの転換—」いずれも石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣、2004年所収を参照のこと。家電業界では松下電器の隠しマークによるヤミ再販事件が1967（昭和42）年に摘発されるが、この段階ではすでに再編を終えたはずの経路からの新興のスーパーへの「横流し」（流出）を防止するためであって、単なる経路の捕捉ではなかった。

「そうは問屋に卸さない」とでも言いかえたほうがよさそうな時代が到来したといったのは、まさにこうした事態を背景としていた²⁵⁾。

こうしたメーカーによる流通経路の再編に対して、流通政策が積極的な役割を果たしたとは考えられない。しかし、流通政策が流通の近代化を掲げ、システム化の推進の必要性を強調することによって、こうした錯綜する流通過程の解消を訴え、それを支援したのも事実であった。先にふれた伝票などの標準化やPOSなどはその典型で、流通経路の整備が進んでいった背景にこうした新しい技術やシステムの進展と定着があったことは間違いない。

残念ながら、こうした卸売段階の短縮化傾向をデータで実証することはできない。このためにしばしば用いられたW/R（卸売業の販売額／小売業の販売額）比率は長期的には確かに低下傾向にあるが、この卸販売額の中には産業財部門や輸出が含まれているため、それだけでは国内流通の簡素化を示すものとは言い難い。この点、今後さらに確認する必要があるが、消費財分野において「不正規流通」と称された把握しがたい流通が減少し、流通の透明度が高くなったこと自身はほぼ間違いないであろう。そしてそれが、後にも述べるように、やがて到来する需給調整の方法の在庫による調整から情報による調整への変化へとつながるのであった。取引段階を越えた情報システム化の進展が、在庫保有の意味を決定的に変更させ、在庫の分散的保有によるリスク分散の必要性を小さくしたのである。

3-2 卸売業の情報化の推進

1970年代の流通システム化は、生産から消費に至るまでの全過程を1つのシステムとして捉え、縦の取引関係はもとより、地域的なひろがりの中でも、システム化を実現することによって流通全体の効率化を図るという壮大な構想をもつものであった。そのことは、1970（昭和45）年に設置された「流通システム化推進会議」が、総合企画委員会、取引流通システム化委員会、物

25) 林周二『流通革命』中公新書、1962年、170頁。

的流通システム化委員会、規格化推進委員会の4つの委員会のほかに、北海道、東北、関東甲信越、東海・北陸、近畿、中国、四国、九州の8地区に「地域流通システム委員会」を、さらに機械、石油化学、紙・板紙、繊維衣料品、大量消費財について「物資別流通システム化委員会」を設け、350名を超える委員を動員したことからもうかがうことができる²⁶⁾。

流通システム化が現実化するためには、流通活動を現場において担う個々の流通業者がそれに対応した情報化に取り組まなければならない。しかし、流通の末端を占める小売業の圧倒的部分は中小店であり、ここではレジスタさえもがまだ十分に普及していない状況にあった。したがって、自店での取扱商品がどれほどあり、それぞれの販売額がどれほどであるかを把握することは困難であった。小売商は店頭在庫を見ながら不足商品を発注すればいい方で、商品の補充をほとんど完全に特定の卸売業に依存することさえ稀ではなかった。

こうした勘に頼る処理方法は、マクロ的に見れば非効率の象徴のように見えても、当事者にとっては慣れ親しんだ方法であり、特に中小小売業の場合、それが格別の問題と認識されることはなかった。コンピュータをはじめとする新しい機器の導入の必要性が語られても、そのことを実感することは難しく、そのために知識や技能を習得することも容易ではなかった。さらに、新しい機器は高額で、それだけの投資に踏み切るとはさらに困難であった。こうした事情が中小小売商の情報化を遅らせる原因でもあった。そして、この末端の中小小売商の情報化の遅れは、必然的に卸売業の対応の遅れをもたらすことになる。

もちろん、中小小売商が容易に情報化に取り組めないことについては当初から指摘されていたことであり、それゆえにこそ、コンピュータの導入がもたらす効果やその実務の講習、機器導入に当たっての資金的補助など、さまざまな支援策が準備されてはいた。しかし、家族従業に依存する中小小売商

26) 通商産業省企業局編『流通システム化基本方針』大蔵省印刷局、1971年による。

には「省力化」はほとんど魅力的なインセンティブとはならなかった。その意味では、この時期の流通システム化政策は「実態よりも『先走り』すぎた」²⁷⁾という評価が与えられることにもなる。

先にも指摘したように、この流通システム化はセブン-イレブンとイトーヨーカ堂が全店でPOSを採用することにより、1980年代後半以降になって一気に動きだした。その後、ソフトメリットが理解されるようになって、メーカーの参加をも勝ち取り、メーカーから小売店までの縦の取引関係全体のシステム化に向けて、大きく踏み出すことになる。その意味で、「先走り」は牽引を意味したし、一部の企業から始まるシステム化が他の企業を巻き込み、やがて中規模企業へと波及することによって、全体としてのシステム化が進展することになる。

こうした中で、通産省は1985（昭和60）年に、卸売業の情報化に関する2つのビジョンを公表する。『情報武装型卸売業ビジョン』と『中小卸売業の情報化ビジョン』である²⁸⁾。前者は通産省産業政策局商政課が（財）流通システム開発センターに委託した「VANの進展等情報ネットワーク化と今後の卸売業のあり方に関する研究委員会」の検討成果を受けたものであるが、この委員会には食品（9名）、菓子（4名）、日用雑貨（9名）、家庭用品（2名）、医薬品（2名）、衣料品（5名）、その他（4名）の計35名の業界関係者が参加していた。そこでは、卸売業が単なる商品の提供者ではなく、コンピュータを使いこなす「情報の専門家」として付加価値を提供すべきであるとする方向を確認し、そのための課題を整理している。

また、後者の『中小卸売業の情報化ビジョン』は中小企業近代化審議会指導部会中小企業情報化対策分科会が中小卸売業の情報化について詳細に検討するために設置した「卸売りワーキンググループ」の検討成果によるもので

27) 加藤司「卸売商業政策」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年、136頁。

28) 通商産業省産業政策局商政課編『情報武装型卸売業ビジョン—情報ネットワーク社会における卸売業のあり方—』通商産業調査会、1985年、および中小企業庁取引流通課編『中小卸売業の情報化ビジョン』通商産業調査会、1985年。

あり、この研究会には3名の学識経験者とともに5名の業界関係者が参加した。ここでも情報化が中小卸売業にとって明暗を分けるほどの重要性をもつことを指摘し、情報化に積極的に取り組んでいる30社の事例を紹介している。

時代の新しい流れの中で、進むべき道を大きく指し示すことによって、業界の関心を高め、その実現を促す。それは通産省が行う政策の1つの形をなしていたと考えてよい。実際、上の「情報武装型ビジョン」に基づいて、翌年から流通システム開発センターによって「情報志向型卸売業研究会」が組織され、当初は220社がこれに参加したが、通産省は当初の2年間、この研究会に事業委託を行い、この研究会を支えた。これが新たな方向に踏み出そうとする卸売業の相互の情報交換や研修の場となり、その方向にいっそう強く踏み出させたことは間違いない。

後者の「中小卸売業のビジョン」にしても、それが具体的な施策として提案したのは、①中小卸売業に対する情報化に関する啓蒙普及、②人材養成・確保及び情報化に関する始動・助言の実施、③情報化の発展基盤の整備、④情報化に関する金融面、財政面の支援、⑤情報化時代における中小卸売業の在り方についての指針の提示、といったものであり、これを見る限りかなり一般的な施策のようにも見える。しかし、中小企業であるがための困難を整理し、現場の中から課題を見いだすとともに、その方向に向かって取り組んでいる多様な先進事例を示したことは、卸売商業政策として正当に評価されてしかるべきであろう。

3-3 物流システムの構築

もちろん、こうした政府の流通政策によって、すべての小売業者とすべての卸売業者の情報化に取り組み、流通システム化が進展するわけではない。現実には、先進的な業者の実験や取組みに触発されながら、政策的な支援を受けて徐々に多様な主体に受け入れられていくことになる。卸売業であれ小売業であれ、小規模零細な事業者では、今日に至っても情報化とほとんど無縁に事業を継続するものも少なくない。しかし、情報化がより多くの層の事

業者にまで浸透することによって、また情報化に遅れた「不適応階層」の事業者が市場から撤退することによって、情報化に取り組まない事業者の割合は確実に低下し、彼らは事業者全体の中心部分ではなくなっていく。流通全体としてのシステム化はこうして進行する。

もちろん、情報化に取り組むすべての事業者が一気に高度な段階にまで到達するわけではない。しかし、情報化がもたらす省力化、迅速性、正確性の威力が認識されるようになると、伝票処理から在庫管理、受発注など、取引のあらゆる局面でコンピュータ処理が行われるようになり、それらに対応した使い勝手のいいコンピュータ・ソフトも開発されていく。こうなると、「情報化」それ自体は当面の政策の舞台からは姿を消すことになる。

それに代わって、1990年代初頭から登場するのが物流問題であった。商取引そのものがコンピュータを使って細かく、正確に行われるようになると、それに応じて実際の商品を取り扱う物流に関心が集まるのは自然であった。物流は商品の単純な運送や保管から、情報化の進展に伴って取引関係そのものに影響を与え、在庫のあり方にまで関心を広げることとなったのである。

こうした中で、1991（平成3）2月、通産省は産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議企画調査小委員会の中に「物流等検討分科会」を設置し、商慣行と物流・配送問題等について議論を開始した。これが新たな物流問題に対する最初の取組みとなるが、ここにはメーカー、卸売業、小売業、消費者、労働組合から9名の委員が参加した。同分科会は同年6月に報告書を提出する²⁹⁾が、さらに同年9月には合同会議の中に「物流問題小委員会」を設置するとともに、特に中小企業の物流問題を議論するために10月にはその中に「中小企業分科会」を設置した。分科会は同年11月に『中小企業の物流問題について（報告）』を提出し、これを受けて、物流問題小委員会は12月に「中間報告」をとりまとめ、それが合同会議の答申

29) 通商産業省産業政策局流通産業課編『物流ビジョン—物流等検討分科会報告—』通商産業調査会、1991年。この報告書は、通商産業省産業政策局流通産業課編『90年代の物流効率化ビジョン—社会システムとしての物流の効率化に向けて—』通商産業調査会、1992年に収録されている。

『物流効率化対策の総合的推進について（中間答申）』として12月に提出された³⁰⁾。

この答申に基づいて、通産省中小企業庁と運輸省の共同提案の形で、1992（平成4）年に「中小企業流通業務効率化促進法」が国会に上程され、成立・施行される。この法律は、大臣が定める基本方針にしたがって、協同組合等が作成した「効率化計画」を認定し、認定された事業に対して補助金、融資等の経済的支援を行うというものであった³¹⁾。

さらに、この頃から、多頻度小口配送が社会的な問題として議論されるようになる。卸売業と小売業との間の受発注がオンラインで結ばれ、単品管理が徹底し、製品のライフサイクルが短縮化する中で、「在庫」のもつ意味が決定的に異なってきた。従来は在庫は資産とみなされ、在庫保有によって需給調整が行われていた。しかし、販売できない不良在庫は不良資産でしかない。単品管理と短サイクル化はこのことをいっそう強く認識させた。そして、それに対する解答として開発されたのが多頻度小口配送であった。小売店では、店頭はもとより、倉庫を含めて在庫保有を極小化し、小口の補給を多頻度で行おうというわけである。コンビニエンスストアに始まったこの流れは、小売業における在庫の考え方を大きく変えることとなったが、それは同時に卸売業の納品体制に重大な影響を与えるものであり、1990（平成2）年の日米構造問題協議においても、「過剰な納品体制」として不当な取引慣行の1つとして指摘されていた。

中小企業庁取引流課は、同年、「多頻度小口配送が中小卸売業に及ぼす影響に関する研究」と題する調査研究を行い、その中で多頻度小口配送のメリットとデメリットを抽出し、それを定着させる上で必要な課題を整理してい

30) この中小企業分科会報告および合同会議答申は、通商産業省産業政策局流通産業課編『90年代の物流効率化ビジョン—社会システムとしての物流の効率化に向けて—』通商産業調査会、1992年に収録されている。

31) もっとも、この法律は所期の効果を発揮しなかったといわれている。そして、それは2005（平成17）年に「物流業務の総合化及び効率化の促進に関する法律」に引き継がれた。この間の事情については、中田信哉「物流政策」石原武政・加藤司編『日本の流通政策』中央経済社、2009年を参照のこと。

る³²⁾。ここでも、基本的なスタンスは、「物流コストの増大」という現実を認めながらも、多頻度小口配送を抑制するのではなく、その合理的側面を評価し、デメリットを克服する道を探るという方向を提示している。

物流問題は1960年代には都市の過密問題との関連で問題視されたが、流通システム化の進展とともに、それは流通の縦の段階における取引関係の問題として取り上げられるようになる。それはもはや単に商品を運ぶという意味での「物流」＝輸送・保管ではなく、卸売業の取引関係そのものと密接に結びつくものであった。その意味で、この時期に注目を浴びることとなった物流問題は卸売業の問題だったのであり、物流に向けられた政策もまた、先の流通システム化とともに、卸売商業政策の一環であったと見るべきでなのである。

3-4 卸売業の現状と課題の把握

こうした現場の卸売業者の参加のもとに研究会等を開催し、そこから課題と問題解決の方向を示すというのは、通商産業省における政策の1つの形であったといってもよい。例えば、通産省は1990（平成2）年に「中小卸売業関係団体懇談会」を開催し、多数の卸売業者の参加を得ながら、卸売業をめぐる重要な問題点である商慣行改善、物流効率化、情報化の3つのテーマについて分科会を設けて検討している。さらに、1993（平成5）年には、別途「中小企業商慣行問題懇談会」を設置し、「商慣行改善に向けた事業者の自主的な取組み」を促している。さらに、1993（平成5）年度以降も、毎年数件の調査研究を実施することによって、物流、情報、商慣行問題に焦点を当てながら、特に中小卸売業の活性化策について研究を重ねている。そして、それらの成果を踏まえて、経済産業省は1990年代に卸売業に関する次の5つの「現状と課題」を発表している。

32) 中小企業庁取引流通課編『多頻度小口配送—現状と合理化の方向—』中小企業診断協会、1992年を参照のこと。

- ・通商産業省中小企業庁取引流通課・中小卸売団体懇談会編『平成4年 卸売業の現状と課題—流通新時代に期待される新たな役割—』通商産業調査会、1992年。
- ・通商産業省中小企業庁取引流通課編・中小卸売団体懇談会『平成5年 卸売業の現状と課題—流通新時代に期待される新たな役割—』通商産業調査会、1993年。
- ・通商産業省中小企業庁取引流通課編『平成8年 卸売業の現状と課題—流通構造変革期における卸売業の在り方—』通商産業調査会、1996年。
- ・通商産業省中小企業庁取引流通課編『平成9年 卸売業の現状と課題—新たな躍進のための足がため—』同友館、1997年。
- ・通商産業省中小企業庁取引流通課編『平成11年 卸売業の現状と課題—さらなる効率化の推進へ—』同友館、2000年。

すでに与えられた紙幅を超過しており、これらの報告書の内容を詳細に確認することはできない。物流や情報化については、行政的に直接支援する途が残されているとはいうものの、最終的には卸売業者自身がこれに取り組まなければ問題の解決はありえない。商慣行ともなれば余計にそうで、行政が強制しうような性質のものでは決してない。行政としてはその「自主的改善」を促すしか方法はないのである。

しかし、商慣行は言葉を換えていえば取引条件であり、競争関係を直接的に表現するものであった。しばしば指摘されるように、事前確定型のアメリカの商慣行に照らして、日本のそれは極めて事後調整型という特徴をもってきた³³⁾。そのことが、極端に言えば取引ごとの個別対応を生み、商慣行を一層複雑にしたことは間違いないが、それが競争関係の中で行われるからこそ、その是正は極めて困難であった。POS 導入時のセブン-イレブンやイトーヨ

33) 例えば、渡辺達朗『流通チャネル関係の動態分析』千倉書房、1997年、根本重之『新取引制度の構築—流通と営業の革新—』白桃書房、2004年、加藤司『日本的流通システムの動態』千倉書房、2006年を参照のこと。

一カ堂のような有力な事業者は取引相手に商慣行の是正を求めることはできても、中小事業者がその改訂を試みることは、それだけで取引を失う危険性をもたざるを得ない。したがって、特に中小事業者の場合には、商慣行の是正は共同して取り組まれる必要があるのだが、それは一歩間違えば競争制限的カルテルとみなされかねない状態におかれてしまう。この問題に行政が介入する必要性が特に大きいのはそのためである。

Ⅳ 流通政策のもう1つのかたち—結びにかえて—

卸売業には、たとえば百貨店法、小売商業調整特別措置法、大規模小売店舗法といった調整政策の系譜の属する法律も、あるいは「中小小売商業振興法」のような、全体を大きくカバーする振興政策の基礎となる法律も存在しない。関連する法律といえば、卸売団地を支援する「中小企業近代化資金助成法」や物流施設関連の法律が存在する程度である。それを「日本に卸売商業政策は存在しなかった」ことの象徴とみなすことは不可能ではない。

しかし、そのことは小売業に比べて、卸売業の現場が政策的支援を必要としないほど近代的であったことを意味するわけでは決してない。日本の流通機構が全体として前近代的であると指摘されたその最も基本的な原因がたとえ小売業の零細過多性にあったとしても、現実には流通の前近代性は卸売業の中に集約的に現れてくるはずであった。その意味で、卸売業の「改革の必要性」は極めて大きかったといわなければならない。

それにもかかわらず、卸売商業政策が「存在しない」とまで評されるのは、冒頭にも指摘したとおり、卸売業の多様性をはじめとする特殊性が大きく働いているように思われる。卸売業全体をカバーするようなビジョンを策定することは極めて困難であり、その結果、卸売業の場合には中小卸売商に焦点を当てながら、卸売団地、物流、情報化、商慣行など、特定のテーマに絞った検討が行われてきたのであった。

さらにもう1つ、政策がもつインセンティブの意義が卸売業と小売業とは異なるという点も指摘できる。小売業における振興政策の場合、典型的に

は次のような形をとることが多い。すなわち、ビジョンに基づいて法律が制定され、その法に基づいて大臣が基本指針を公示し、その基本方針にしたがって市町村等が事業計画を策定する。そして、その事業計画を大臣が認定することによって、事業実施に対して補助金を交付するという段取りである。この場合、最終的な政策手段は補助金や融資などの経済的インセンティブであり、それによってあるべき方向への誘導を図ろうというのである。

しかし、卸売業の場合には、そうした経済的インセンティブも小売業に比べればかなり小さかったのではないと思われる。例えば、本稿の冒頭に引用した『卸売活動の現状と展望』（1977年）は、各国で卸売業政策に考えが及ばなかったもう1つの原因として、「もともと歴史的伝統的な卸売商人は、製造業者や農民さらには昨今の小売業者とは異なり、良くも悪くも政府の干渉や掣肘をきらう性格がある」³⁴⁾ ことを指摘している。この点もまた、欧米諸国にも共通する点だというのが、この点は政策が現場からの強い要請に応じて展開される側面があることを暗示するとともに、小売業の場合のような経済的インセンティブによる誘導がそれほど大きな意味をもちえないということをも示している。

それでも、卸売業の現場にはさまざまな問題が山積し、改革の必要性は多かった。その結果、卸売商業政策は小売商業政策とは異なった枠組みのものとならざるを得なかったのである。そして、その相違は以上に述べてきたことからの推察されるように、大きくいって次の2点に集約することができるであろう。第1に、特定の問題ごとの施策が考えられたことである。卸売団体はその典型であるが、そのほかにも商慣行や物流、情報化が取り上げられたことは既にみた通りである。中でも、商慣行は業種間での相違が極めて大きいため、業種別の検討が行われるのが普通であった³⁵⁾。それに対して、物

34) 通商産業省産業政策局編『卸売活動の現状と展望』日本繊維新聞社、1977年、10頁。

35) 通産省が1971（昭和46）年に行った卸売業をめぐる取引慣行に関する調査では、綿・化合繊維物、ゴム履物、文具・紙、写真フィルム、インスタントコーヒー、家庭用合成洗剤、作業工具、出版物、小巾呉服、カメラ、陶磁食器、メリヤス肌着、医薬品を取り上げていた。その後も、流通を業種別に分析するのは、基本的な流れであった。

流や情報化は、細部にわたれば業種により相違はあるものの、目指すべき方向は多くの業種に共通することから、一括して検討されてきた。小売業の場合にも、たとえば情報化など個別に取り出して検討されることもあったが、こうしたテーマ別の検討が一般的であったのは卸売商業施策の1つの特徴といえるであろう。

第2は、政策ツールに関連する。すでに指摘したように、これらの問題は多くの場合、時代の流れの中で先進的に担う業者が登場するが、政策的にはこうした新しい動向を積極的にとらえ、それを支援することになる。そのために、もちろん必要に応じて補助金や融資制度が活用されるとしても、そうした経済的インセンティブだけではなく、「研究会」や「懇談会」などが頻繁に組織された。それが学識経験者等を中心に組織される場合には、現場の事業者のヒアリングを重ねて現状を把握し、そこから問題解決の糸口を探ろうとし、そこで得られた情報がいかに一般化できるかが議論された。しかし、研究会や懇談会は事業者を中心として構成されることも少なくなく、ここではもっと積極的に現場の意見交換が行われ、それが業者間の情報交流を誘発した。それが実際にどれだけの効果をもたらしたかを実証的に確認することはできない。しかし、行政による一方的とも思える研修などとは異なり、十分に具体性をもった情報交換と実績の提示が行われたことの意義は決して小さくはないはずである。

特にこの後者は、流通の現場をある方向に誘導するためのいわば環境整備の役割を果たすのであり、それを通して業界における機運が高まり、先進事例への理解が深まり、それが新しい取り組みをさらに誘発していくことが期待される。その意味で、こうした事業には「派手さ」はないが、現場に対するもう1つの有力な働きかけの方法として評価される必要があるのではないだろうか。卸売商業政策はなかったのではなく、小売商業政策とは違ったかたちで存在したと考えるべきであるように思われる。

(筆者は関西学院大学商学部教授)